



**VNiVERSiDAD  
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

## **TRABAJO FIN DE GRADO**

### **GRADO EN DERECHO**

**Derecho Privado**

**Derecho Civil**

**Curso 2017/2018**

# **EL DERECHO DE INFORMACIÓN EN EL DERECHO A UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE**

**Sara Gutiérrez Benito**

**Tutor: Esther Torrelles Torrea**

**Febrero**

**2018**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**GRADO EN DERECHO**

**Derecho Privado**

**Derecho Civil**

**EL DERECHO DE INFORMACIÓN  
EN EL DERECHO A UNA  
ALIMENTACIÓN SALUDABLE**

**THE RIGHT OF INFORMATION  
ON THE RIGHT TO HEALTHY  
FOOD**

## **RESUMEN**

El objeto de este trabajo es el estudio del derecho a la alimentación examinado desde el punto de vista del derecho a la información. Haciendo un recorrido desde lo que se considera derecho a la alimentación hasta ver las actuales prácticas y tácticas de consumo que sitúan al consumidor en una posición vulnerable en la que el derecho a la información es el eje clave. Vamos a analizar las disposiciones del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios que regulan éste derecho y más concretamente el Reglamento (UE) N°1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor que hace referencia a la información nutricional y al etiquetado de los alimentos con el fin de asegurar un alto nivel de protección a los consumidores. Y, a continuación, se expone el importante papel que juega la publicidad alimentaria a la hora de influir en la conducta de los consumidores.

**PALABRAS CLAVE:** Derecho a la alimentación, derecho a la información, consumidores, etiquetado, publicidad, información alimentaria

## **ABSTRACT**

The aim of this work is the study of the right to food analysed from the point of view of the right to information. Beginning from what is considered the right to food, to the current practices and consumption strategies which place the consumer in a vulnerable position in which the right to information is the key element. We are going to analyze the provisions of the “Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios” which regulates this right and, more specifically, Regulation (EU) N°1169 / 2011 on the provision of food information to consumers which makes reference to the healthy information and the labelled food with the purpose of assuring a high level of protection to the consumers. Finally, the important role food advertising has in influencing consumer behavior is presented.

**Sara Gutiérrez Benito**  
**u120480@usal.es**

**Esther Torrelles Torrea**

**KEYWORDS:** Right to food, right to information, consumers, labelling, advertising, food information

## ÍNDICE

<b>ABREVIATURAS .....</b>	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. ASPECTOS GENERALES DEL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. El derecho a la alimentación en España .....</b>	<b>5</b>
<b>2.2. El impacto de la crisis en el derecho a la alimentación .....</b>	<b>7</b>
<b>3. EL DERECHO DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1 Normas sobre el etiquetado y presentación de la información alimentaria .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2. Normas detalladas sobre las menciones obligatorias en el etiquetado.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3. Normas sobre la información alimentaria voluntaria .....</b>	<b>17</b>
<b>3.4. Disposiciones adicionales en materia de etiquetado e información alimentaria .....</b>	<b>18</b>
<b>4. PUBLICIDAD Y ALIMENTACION.....</b>	<b>21</b>
<b>4.1. Ley General de Publicidad.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2. La publicidad alimentaria .....</b>	<b>22</b>
<b>4.3. Ejemplos de publicidad y declaraciones nutricionales .....</b>	<b>23</b>
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>26</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>28</b>



## **ABREVIATURAS**

AECOSAN	Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición
ANEDA	Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos
ASOZUMOS	Asociación Española de Fabricantes de Zumos
BOE	Boletín Oficial del Estado
CE	Constitución Española
FAO	Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
LGP	Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad
NAOS	Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
TRLGDCU	Texto Refundido de la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios, 1/2007, de 16 de noviembre
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea

## **1. INTRODUCCIÓN**

A través de este trabajo se pretende analizar el derecho a la alimentación saludable desde el prisma jurídico del derecho a la información, siendo éste el punto central por medio del cual los consumidores y usuarios toman decisiones que rigen su comportamiento en torno a su propia alimentación.

Se define el derecho a la alimentación y la importancia que éste concepto tiene en la sociedad y en el derecho internacional puesto que, aunque en la mayoría de países desarrollados la alimentación no sea un problema, hay muchos territorios en los que se sigue luchando contra el hambre. La FAO ha proyectado en estas últimas semanas una petición de financiación para combatir el hambre aguda en 26 países. Pese a ésta gran contrariedad hemos visto como los estados más avanzados han ido incorporando este derecho en sus legislaciones, teniendo gran repercusión en sus constituciones, sistemas judiciales, políticas, programas y estrategias.

Centrando el objeto del trabajo en el derecho a la información en el sector de la alimentación, se quiere poner de manifiesto que el consumidor muchas veces se ve influido por las políticas públicas y la publicidad, que nos lleva a tomar decisiones erróneas en cuanto a una alimentación saludable. Para ello analizamos el derecho a la información por medio del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y, específicamente lo que los consumidores debemos conocer en cuanto a la información nutricional y el etiquetado de los alimentos que compramos, sirviéndonos para ello del Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y el RD 126/2011 de información alimentaria facilitada al consumidor.

La elección del tema viene motivada porque con el auge de las redes sociales vemos como cada vez más personas públicas con alto grado de influencia en la sociedad publicitan productos que no son para nada saludables, incluso muchos de ellos van dirigidos a niños en edad de crecimiento. Si observamos los datos y estadísticas vemos que la obesidad en España afecta a un 16,7% de la población y a nivel infantil el porcentaje es superior a la media mundial de 15,5%, según los datos de la OCDE. En base a esta información cabe preguntarse porque se promocionan meriendas para niños a base de chocolates, bollería industrial, productos azucarados y demás productos con altos índices calóricos que aportan pocos nutrientes.



La solución podría consistir en conocer un poco más la información nutricional de los alimentos, hacer consciente a la población de la necesidad de un etiquetado que sea entendido por todos, es decir, saber “leer” correctamente las etiquetas de los alimentos, su información nutricional, en definitiva, conocer el producto, saber que nos estamos comiendo. Muchas veces resulta difícil esta labor cuando nos encontramos con los famosos “alimentos light”. Cuando el consumidor lee esto automáticamente piensa que es más sano o que engorda menos y en realidad la mayoría de los productos tienen el mismo contenido calórico que los no light, la diferencia es que en muchos casos se sustituye el azúcar por edulcorantes.

En definitiva, la ley regula el etiquetado de los alimentos pero no el control del etiquetado de los mismos, lo que lleva a las grandes marcas y empresas a generar confusión en el consumidor e influir así en su comportamiento. Cabría preguntarse entonces si podría tratarse de actos de engaño por parte de las grandes marcas y las consecuencias que a lo largo de los años podrían tener en la población.

Por último, se analizan algunos ejemplos de este tipo de publicidad y lo que se considera publicidad engañosa según la LGP.

## **2. ASPECTOS GENERALES DEL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN**

El derecho a la alimentación es un derecho reconocido por la legislación internacional. Se trata de un derecho en el que los estados deben proporcionar un entorno en el que la población pueda producir o emprender una adecuada alimentación. Esta reconocido por el derecho internacional humanitario y protegido por las normas internacionales de derechos humanos. Así:

- El derecho a la alimentación fue reconocido en 1948, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (art. 25) entendido como parte del derecho a un nivel de vida adecuado, y consagrado en 1996 en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (art. 11).
- Reconocido también, en instrumentos internacionales como la Convención sobre los Derechos del Niño [art.24.2 c) y 27.3], o la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad [art. 25 f) y 28.1].
- A si mismo ha sido reconocido también en instrumentos internacionales en materia de derechos humanos no vinculantes como recomendaciones o directrices. Uno de ellos es el de las Directrices Voluntarias en apoyo de la Realización Progresiva del Derecho a una Alimentación Adecuada en el Contexto de la Seguridad Alimentaria Nacional.

Podemos definir el derecho a la alimentación cuando todo hombre, mujer o niño, ya sea solo o en común con otros, tiene acceso físico y económico, en todo momento, a la alimentación adecuada o medios para obtenerla. <sup>1</sup> Considerando el amplio reconocimiento de este derecho, así como los instrumentos no vinculantes reconocidos por los Estados, se considera que podría tratarse de una norma de derecho internacional consuetudinario obligatoria para todos los Estados.

En consecuencia el Estado tiene la obligación de proteger y cumplir el derecho a la alimentación en sus territorios. Esto se ve reflejado en el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales en el que se muestran medidas para hacer real el ejercicio de los derechos en él reconocidos, incluyendo en derecho a la alimentación.

---

<sup>1</sup> FAO, *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo 2009, Crisis económicas: repercusiones y enseñanzas extraídas*, pág.11.

Podríamos concretar que, en general, los Estados deben proteger, cumplir y respetar<sup>2</sup>. En cuanto a la obligación de proteger, los Estados deberían proteger el ejercicio del derecho a la alimentación contra el abuso de terceros, ya sean individuos, empresas privadas u otras entidades. Deben establecer normas de calidad y seguridad de los alimentos, y garantizar prácticas comerciales justas e iguales. Además, deben adoptar medidas legislativas con el fin de proteger a los consumidores y usuarios de la publicidad y las promociones de alimentos que no sean recomendables para la salud estimulando así los hábitos de alimentación saludable y de ejercicio físico. Por lo que respecta a la obligación de cumplir, podríamos referirnos a que los Estados apliquen medidas y programas de alimentación y nutrición. Y, finalmente, la obligación de respetar podríamos encuadrarla dentro del respeto al acceso de las personas a los alimentos, es decir, los Estados deben garantizar que las instituciones públicas mejoren el acceso de la población a los alimentos revisando las políticas nacionales.

El marco jurídico es en estos casos esencial pues muchos Estados hacen referencia en su texto constitucional al derecho a la alimentación, bien específicamente bien como parte de las disposiciones sobre el derecho a un adecuado nivel de vida.

## **2.1. El derecho a la alimentación en España**

El Estado español ratificó el 13 de abril de 1977 el Pacto Internacional De Derechos Económicos, Sociales y Culturales, que reconoce el derecho de toda persona a estar protegida contra el hambre y a disfrutar de una alimentación adecuada (art. 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, hecho en Nueva York el 19 de diciembre de 1966). Los Estados parte del mismo tienen la obligación de aprobar una estrategia nacional que garantice la seguridad alimentaria y la nutrición adecuada.

Si revisamos a la Constitución Española, este derecho a la alimentación no aparece mencionado como tal. Cierta sector de la doctrina considera, sin embargo, que este derecho está implícito en el derecho a la protección de la salud expuesto en el art. 43 de nuestra carta magna. El art. 43 de la CE reconoce el derecho a la protección de la salud confiando a los poderes públicos la tutela de la salud pública a través de medidas

---

<sup>2</sup> FAO, *El derecho a la alimentación adecuada*, folleto informativo nº 34.

preventivas y prestaciones<sup>3</sup>. Examinando el precepto el derecho a la alimentación adecuada no aparece recogido si lo comparamos, por ejemplo, con el derecho a la educación (art. 27.1 CE), que nos garantiza el pleno desarrollo de la personalidad humana. A efectos prácticos el derecho a la educación nos asegura una formación mínima, mientras que la ausencia del derecho a la alimentación adecuada permite que haya desigualdades, y más aún con la crisis sufrida en nuestro país en los últimos años.

En 2005 el entonces Ministerio de Sanidad y Consumo elaboró la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS), cuyo objetivo era mejorar los hábitos alimentarios e impulsar actividad deportiva de la población, especialmente la de los niños en edad de crecimiento.<sup>4</sup> La estrategia centra su desarrollo en el problema de la obesidad pero el trasfondo se sitúa en una crisis que ha perjudicado considerablemente a los consumidores, situándoles en una posición de vulnerabilidad alimentaria.

En el año 2011, la Estrategia NAOS fue consolidada por la Ley 17/2011, de 5 de julio, de Seguridad Alimentaria y Nutrición. La Ley pretende reforzar la seguridad en toda la cadena alimentaria siguiendo las pautas del Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria. La citada ley plasma los derechos de los consumidores en el sentido que busca asegurar la calidad sanitaria de los alimentos. Entre esos derechos la información es esencial pues su protección está amparada en la violación de una obligación del intermediario económico.

De su lectura de la ley extraemos los siguientes fines específicos<sup>5</sup>:

---

<sup>3</sup> El artículo 43 CE establece que, “1. *Se reconoce el derecho a la protección de la salud.* 2. *Compete a los poderes públicos organizar y tutelar la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios. La ley establecerá los derechos y deberes de todos al respecto y,* 3. *Los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio*”.

<sup>4</sup> Ministerio de Sanidad y Consumo, *Estrategia para la Nutrición, actividad física y prevención de la Obesidad* (NAOS).

<sup>5</sup> Art. 1.2, Ley 17/2011, de 5 de julio, de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

- a) El establecimiento de instrumentos que contribuyan a generar un alto nivel de seguridad de alimentos y los piensos y la contribución a la prevención de los riesgos para la salud humana derivados del consumo de alimentos.
- b) La fijación de las bases para la planificación, coordinación y desarrollo de las estrategias y actuaciones que fomenten la información, educación y promoción de la salud en el ámbito de la nutrición y en especial la prevención de la obesidad.
- c) El establecimiento de los medios que propicien la colaboración y coordinación de las administraciones públicas competentes en materia de seguridad alimentaria y nutrición.
- d) La regulación de los procedimientos para la evaluación, la gestión y comunicación de los riesgos alimentarios, así como la regulación de procedimientos de actuación en supuestos de crisis o de emergencias.

## **2.2. El impacto de la crisis en el derecho a la alimentación**

Es más que evidente que el impacto de la crisis ha cambiado los hábitos alimentarios de la población española. Este cambio ha provocado lo que muchos autores denominan como inseguridad alimentaria, es decir, situaciones en las que la no se consume lo recomendable para fomentar una vida saludable. Por un lado, existen más dificultades para procurar alimentos suficientes en función de las necesidades energéticas; y por otro, aumentan los problemas de obesidad relacionados con hábitos alimentarios poco saludables.

Este patrón de consumo está condicionado por la situación económica del país y afecta aún más a familias con bajas rentas económicas. Se han producidos cambios desde los lugares en donde se compra hasta las formas de cocinar o comprar. Por ejemplo, la compra de cereales, verduras, hortalizas y legumbres es inferior a la de lácteos, pescados, carnes magras, huevos, grasas y embutidos. Constatando así la tendencia del consumo de productos más baratos y menos saludables, favoreciendo la compra de alimentos menos nutritivos, altamente procesados e hipercalóricos. En España, entre

2012 y 2013, el consumo de dulces envasados creció un 3,8%, siendo las familias medias con hijos en edad de crecimiento sus mayores demandantes<sup>6</sup>.

### **3. EL DERECHO DE INFORMACIÓN**

El derecho a la información es un tema que siempre ha preocupado al legislador y se encuentra en la CE en el art. 51, previsto como uno de los deberes que deben fomentar los poderes públicos. Esto es, los poderes públicos han de guardar una tutela especial sobre determinados bienes o servicios que son considerados básicos por la mayoría de la población. Esta protección especial supone controlar las adecuadas condiciones de los bienes y servicios.

La información es un derecho del consumidor y a la vez es un deber del empresario o profesional. En este sentido, no cabe duda que los deberes de información a cargo del empresario son exigibles desde que pone a disposición de los consumidores los productos o servicios.

Así, el deber genérico de información se caracteriza por ser un deber imperativo, que debe facilitar la información antes de que el consumidor quede vinculado por el contrato u oferta y, además, debe ser una información clara y comprensible. Pero ocurre que, la obligación de información abarca también un aspecto negativo como sería el abstenerse de dar información errónea.

En esta materia es el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios el que integra las normas expuestas en las directivas comunitarias. El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre de 2007 y publicado en el Boletín Oficial del Estado el 30 de ese mismo año, sustituyó a la antigua Ley 26/84, de 19 de julio de 1984 de Defensa de los Consumidores y, dentro del ámbito autonómico, nuestra comunidad autónoma dictó la Ley 11/1998, de 5 de diciembre, para la Defensa de los Consumidores en Castilla y León. Es importante destacar la importancia de las CCAA en esta materia puesto que la defensa de los consumidores y usuarios también aparece recogida en los estatutos de autonomía.

---

<sup>6</sup> Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Panel de Consumo Alimentario. Madrid; 2005–2013.

El capítulo II del TRLGDCU contiene los Derechos básicos de los consumidores y usuarios en los arts. 8 a 10. En su art. 8 establece: “*Son derechos básicos de los consumidores y usuarios:*

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad.*
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.*
- c) La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.*
- d) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y a la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su uso, consumo o disfrute.*
- e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legítimos.*
- f) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.”*

La trascendencia del derecho a la información [art. 8 d)] se plasma en el citado texto en el Capítulo V (arts. 17 y 18). El art. 17 menciona la obligación de los poderes públicos de fomentar la formación y educación de los consumidores y usuarios y la promesa de que éstos dispongan de una información precisa. De igual modo la de cuidar que se les preste información comprensible para el adecuado consumo o uso de bienes y servicios.

A continuación, el art. 18.2 regula el etiquetado de bienes y servicios y es que todos los bienes y servicios puestos a disposición del consumidor deben incorporar información clara, comprensible, veraz, eficaz y suficiente sobre sus características, en concreto: nombre y dirección completa del productor; composición y finalidad; cantidad; calidad, categoría; fecha de producción, suministro y lote, plazo recomendado de uso o fecha de caducidad; instrucciones para su correcto uso, advertencias y riesgos previsibles. Cobrando así importancia el hecho de que el empresario deberá poner a disposición del consumidor de forma clara, comprensible y adaptada la información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales de los bienes o servicios.

A través de éste derecho se favorece la libertad de consumo de bienes y servicios, es decir, se promueve por parte del consumidor una acción libre e informada que le posibilita contratar en mejores condiciones gracias a la comprensión de la información.

### **3.1 Normas sobre el etiquetado y presentación de la información alimentaria**

En términos generales, no debe inducir a error al consumidor, fundamentalmente, sobre las características del bien, incluyendo aquí la naturaleza, composición, método de fabricación, etc.; asignar al bien elementos o componente que no posea y evocar que el bien posea características especiales, cuando todos los bien semejantes también los posean.

El 13 de diciembre de 2014 entró en vigor el Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor<sup>7</sup>. Este reglamento se caracteriza por introducir la obligatoriedad de un etiquetado sobre la información nutricional para la mayoría de alimentos procesados. Las principales novedades son:

#### **1) Información nutricional obligatoria:**

Los componentes a declarar obligatoriamente son: el valor energético, las grasas, las grasas saturadas, los hidratos de carbono, los azúcares, las proteínas y la sal (art. 30 del Reglamento 1169/2011). Estos componentes deben plasmarse en el mismo campo visual con el objetivo de facilitar la información al consumidor. La exposición se tiene que realizar obligatoriamente “por 100 gramos o por 100 ml” permitiendo la comparativo al consumidor entre diferentes productos. Además, la información nutricional considerada obligatoria puede complementarse con la indicación de la cantidad de: ácidos grasos monoinsaturados, ácidos grasos poliinsaturados, polialcoholes, almidón, fibra alimentaria o cualquier vitamina o mineral que posea en cantidades

---

<sup>7</sup> Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, por el que se modifican los Reglamentos (CE) N° 1924/2006 y (CE) N° 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) N° 608/2004 de la Comisión. Al quedar derogada la Directiva 2000/13/CE quedó, de igual manera, derogado tácitamente el RD a excepción del art. 12 relativo al lote (regulado por RD 1808/1991 por el que se traspuso la Directiva 89/396/CEE) y el art. 18 referido a la lengua de etiquetado, que se incorporó a la normativa nacional.



significativas. Se permite de manera adicional indicar el valor energético y las cantidades de los nutrientes utilizando otras formas de expresión siempre que sean comprensibles por los consumidores.

2) Alimentos exentos de información nutricional:

El 13 de marzo de 2017 se publicó el Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo, relativo al etiquetado obligatorio de la lista de ingredientes y la información nutricional de las bebidas alcohólicas<sup>8</sup>. El citado reglamento exime de las obligaciones anteriores en el caso de las bebidas con un grado de alcohol volumétrico superior a 1,2%. Con el Informe se propone a los estados miembros una propuesta de autorregulación en dicho sector para responder a las expectativas de los consumidores.

Por otro lado, los alimentos no envasados están también exentos de etiquetado nutricional si bien cada estado miembro podrá decidir dentro del ámbito nacional.

3) Etiquetas mas legibles:

Las etiquetas de los alimentos deben ser claras y comprensibles para ayudar a los consumidores. El hecho de que las características sean legibles por el consumidor es un factor importante puesto que una buena información puede llegar a potenciar la influencia en la población. Para ello, se impone un tamaño mínimo de fuente para la información obligatoria de 1,2 mm, excepto si la superficie máxima del envase es inferior a 80 cm<sup>2</sup>, cuyo tamaño mínimo se reduce a 0,9 mm. Independientemente del tamaño del paquete, el nombre del alimento, la presencia factible de alérgenos, la cantidad neta y la fecha de duración mínima de deben plasmar siempre.

4) País de origen:

Debe indicarse el país de origen o el lugar de procedencia de un alimento siempre que la falta de tal indicación pueda producir a engaño a los consumidores en lo relativo al verdadero país de origen o procedencia.

---

<sup>8</sup> Comisión Europea, *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo relativo al etiquetado obligatorio de la lista de ingredientes y la declaración nutricional de las bebidas alcohólicas*, 13/3/2017.

En las regulaciones anteriores únicamente era obligatorio para la carne de vacuno, las frutas y verduras, la miel y el aceite de oliva. Ahora también será obligatorio para la carne fresca de cerdo, ovino, caprino y aves de corral. En cualquier caso, la indicación de la procedencia u origen debe facilitarse de manera que no engañe al consumidor con el fin de garantizar unas condiciones de competencia equitativas en el mercado.

5) Alérgenos:

La información sobre la posibilidad de alérgenos es muy importante. Así, en los alimentos envasados la información sobre éstos deberá aparecer en la lista de ingredientes haciéndose referenciar del resto de la lista de ingredientes. Si el producto omite la lista de ingredientes deberá incluirse la mención “contiene” seguida del elemento potencialmente alérgeno.

Existen indicios de que la mayoría de los incidentes de alergias alimentarias proceden de alimentos no envasados y, en consecuencia, siempre debe facilitarse al consumidor la información sobre dichos alérgenos potenciales. El 13 de julio de 2017 la Comisión Europea estableció una Notificación<sup>9</sup> sobre la información que se debe facilitar en relación con las sustancias que causan alergias, actualizando la guía sobre el etiquetado de alérgenos elaborada en consonancia a la Directiva 2000/13/CE.

6) Venta a distancia:

Hay que tener en cuenta todas las formas en las que se pueden distribuir los alimentos como es la venta de alimentos a distancia. Parece razonable que cualquier alimento suministrado a distancia debería cumplir los mismos requisitos de información que el resto de alimentos suministrados en comercios. Lo esencial en este tipo de venta a distancia es que la información alimentaria obligatoria debe estar disponible antes de realizar la compra.

En el caso de los alimentos envasados vendidos a distancia la información obligatoria, excepto la fecha de duración mínima, estará accesible antes de realizar la compra y, en cualquier caso, las referencias obligatorias estarán

---

<sup>9</sup> Comisión Europea, *Comunicación de la Comisión de 13 de julio de 2017 relativa a la información alimentaria facilitada acerca de las sustancias o productos que causan alergias o intolerancias, según figuran en el anexo II del Reglamento (UE) n°. 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.*

disponibles en el momento de la entrega, es decir, antes de que finalice la compra.

Los alimentos no envasados ofrecidos para la venta a distancia, en España están regulados por el Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información de alimentos que se presenten sin envasar. En principio la información exigida debe estar disponible antes de que finalice la compra y sin costes suplementarios, sin embargo, no se exige la información sobre el país o la procedencia antes de que se realice la compra pero toda la información debe estar disponible en el momento de su entrega.

#### 7) Nanomateriales:

Existe la posibilidad de que los alimentos contengan o consistan en nanomateriales entendiendo por tal “cualquier material producido intencionadamente que tenga una o más dimensiones del orden de los 100nm o menos o que esté compuesto de partes funcionales diferencias internamente o en superficie, muchas de las cuales tengan una o más dimensiones de orden de 100 nm o menos, incluidas estructuras, aglomerados o agregados, que podrán tener un tamaño superior a los 100 nm, pero conservando propiedades que sean características de la nanoescala”. Los nanomateriales artificiales deberán indicarse visiblemente en la lista de ingredientes, seguidos de la palabra “nano” entre paréntesis.

### **3.2. Normas detalladas sobre las menciones obligatorias en el etiquetado**

Conforme al art. 9 del Reglamento será obligatorio mencionar determinadas indicaciones ya que el etiquetado de alimentos es el principal medio de comunicación entre los productores y los consumidores.

Podríamos considerar etiquetado a todas las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio que se reflejen en cualquier envase, rótulo o etiqueta que venga ligado a un producto. Más concretamente el etiquetado nutricional es toda información en relación con el valor energético y los nutrientes que componen al alimento y ayudan a los consumidores a tomar decisiones en cuanto a su compra.

1. Denominación del alimento:

La denominación del alimento será su denominación jurídica, es decir, la denominación de un alimento prescrita en las disposiciones de la Unión aplicables al mismo o, a falta de tales disposiciones, la denominación prevista en las leyes, los reglamentos y las disposiciones administrativas aplicables en el estado miembro en el que el alimento se vende. Indica qué es exactamente el producto. En el caso de no contar con la denominación jurídica del alimento se utilizará la denominación habitual, cualquier nombre que se acepte como denominación del alimento, de tal forma que los consumidores no tengan dudas acerca de lo que es.

2. Lista de ingredientes:

En ella deben incluirse todos los ingredientes del alimento en orden decreciente de peso, según se incorporen en el momento de su uso para la fabricación del alimento. Estará encabezada por un título que incluye la palabra “ingredientes”.

Es obligatoria excepto en algunos productos como los que proceden de un solo ingrediente; las frutas; las hortalizas frescas, incluidas las patatas que no hayan sido peladas, cortadas o sometidas a algún tratamiento; los vinagres de fermentación si proceden de un producto básico; el queso, la mantequilla, la leche y la nata fermentada sin ingredientes añadidos y bebidas que tengan más de 1,2% en volumen de alcohol.

En todo caso, dicha lista debe mantener la información que ya se exige conforme a la legislación de la Unión.

3. Etiquetado de sustancias o productos que causen alergias o intolerancias:

Se hará referencia en la lista de ingredientes a las sustancias usadas en la fabricación y presentes en los productos causantes de alergias o intolerancias recogidas en el Anexo II<sup>10</sup> del Reglamento 1169/2011. La denominación de la

---

<sup>10</sup> El Anexo II del Reglamento nº 1169/2011 estipula como sustancias o productos que causan alergias o intolerancias: 1. Cereales que contengan gluten, a saber, trigo, centeno, cebada, avena, espelta, kamut o sus variedades híbridas y productos derivados; 2. Crustáceos y productos a base de crustáceos; 3. Huevos y productos a base de huevo; 4. Pescado y productos a base de pescado; 5. Cacahuets y productos a base de cacahuets; 6. Soja y productos a base de soja; 7. Leche y sus derivados (incluida la lactosa); 8. Frutos de cascara, es decir, almendras, avellanas, nueces, anacardos, pacanas, nueces de Brasil, alfórgigos, nueces de macadamia o nueces de Australia y productos derivados; 9. Apio y productos derivados; 10. Mostaza y productos derivados; 11. Granos de sésamo y productos a base de granos de sésamo; 12. Dióxido de azufre y sulfitos en concentraciones superiores a 10 mg/kg o mg/litro en términos

sustancia se resaltarán de manera que la diferencie del resto de la lista de ingredientes.

4. Indicación cuantitativa de los ingredientes:

Será necesario indicar la cantidad de un ingrediente o de categoría de ingredientes utilizados en la fabricación o la preparación de un alimento en caso de que figure en la denominación del alimento, se destaque en el etiquetado y sea esencial para definir un alimento o para distinguirlo de otros productos con los que se pudiera confundir.

5. Cantidad neta:

La cantidad neta de un alimento se expresará en litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos, según el tipo de producto. Concretamente en unidades de volumen si se trata de productos líquidos o en unidades de peso en el caso de los demás productos.

6. Fechas de duración o caducidad:

La fecha de duración es aquella hasta la que el alimento conserva sus propiedades específicas cuando se almacena correctamente (“consumir preferentemente antes del...” seguido del día/mes/año o “consumir preferentemente antes del fin de...” seguido de mes/año o solo año). Por otro lado, la fecha de caducidad aparece en productos muy perecederos, normalmente frescos después de la cual el alimento no se considerará seguro (“fecha de caducidad...” seguido del día/mes y eventualmente el año).

El Anexo X<sup>11</sup> del Reglamento 1169/2011 recoge la manera adecuada de expresar las diferentes fechas.

7. Condiciones de conservación o utilización:

Cuando los alimentos necesiten unas condiciones especiales de conservación y/o utilización se indicarán las pautas. Una vez abierto el envase, de ser así, se

---

de SO<sub>2</sub> total, para los productos listos para el consumo o reconstruidos; 13. Altramuces y productos a base de altramuces; y 14. Moluscos y productos a base de moluscos.

<sup>11</sup><https://goo.gl/QJnPju>

indicarán las mismas condiciones y/o fecha límite de consumo con el fin de permitir su conservación o utilización.

8. País de origen o lugar de procedencia:

Será obligatoria la indicación del país de origen o lugar de procedencia cuando su omisión pudiera inducir a error al consumidor y cuando se trate de carne de los códigos de la nomenclatura combinada “NC” (Anexo XI<sup>12</sup> del Reglamento n° 1169/2011). En el caso de que se mencione el país de origen y éste no sea el mismo que su ingrediente primario se indicará el país de origen del ingrediente primario en cuestión y, además, se indicará que el país de origen del ingrediente primario es distinto al de procedencia del alimento.

9. Modo de empleo:

El modo de empleo de un alimento deberá indicarse de forma que permita un uso apropiado del mismo.

10. Información nutricional:

La información nutricional del alimento deberá incluir el valor energético y la cantidad de grasas, ácidos grasos saturados, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal.

Esta información nutricional puede completarse con la indicación de la cantidad de sustancias tales como ácidos grasos monoinsaturados, ácidos grasos poliinsaturados, polialcoholes, almidón, fibra alimentaria y vitaminas o minerales. Es importante destacar que la tabla de información nutricional es una lista cerrada de valor energético y de nutrientes a la que no se puede añadir ninguna otra información nutricional. Cuando en el alimento envasado figure la correspondiente información nutricional obligatoria se permite que en el campo visual del mismo se repita el valor energético o el valor energético junto con el contenido de grasa, grasas saturadas, azúcares y sal.

El valor energético se expresará en kilojulios (KJ), seguido por el valor en Kilocalorías (Kcal) y la cantidad de nutrientes en gramos (g). Este valor energético y la cantidad de nutrientes se expresarán por 100g o 100ml. Y cuando

---

<sup>12</sup><https://goo.gl/dKSZon>

se exponga la información sobre vitaminas o minerales se detallará en caso de que estén presentes en cantidades significativas, es decir, el 15% de los valores de referencia de nutrientes establecidos para adultos suministrados por 100g o 100 ml en el caso de productos distintos de bebidas; el 7,5% de los valores de referencia de nutrientes establecidos para adultos suministrados por 100 ml en el caso de las bebidas o; el 15% de los valores de referencia de nutrientes establecidos para adultos por porción, si el envase solamente contiene una porción.

Toda esta información nutricional debe figurar en el mismo campo visual, en un formato claro (de tabla con las cifras en columna) y si es posible en el orden de presentación que establece el Anexo XV<sup>13</sup> del Reglamento nº 1169/2011. Si el espacio no lo permitiese, la información nutricional se plasmará en formato lineal. Y en el caso de que el valor energético o la cantidad de nutrientes de un producto sean insignificantes, la información podrá sustituirse por una declaración del tipo: “contiene cantidades insignificantes de...” que se recogerá indicada al lado de la información nutricional.

### **3.3. Normas sobre la información alimentaria voluntaria**

En ciertos casos, los operadores de empresas alimentarias pueden incluir información voluntaria de declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en las etiquetas de los alimentos, si bien deben ajustarse al Reglamento (CE) nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables de los alimentos, ya que con el paso de los años se ha demostrado que se facilita generalmente información voluntaria en detrimento de la información obligatoria. Debe haber un equilibrio entre la información alimentaria obligatoria y la voluntaria.

Con el fin de garantizar un alto nivel de protección para los consumidores y facilitar que éstos elijan los productos o alimentos, éstos deben ser seguros y tener un etiquetado adecuado. En el caso de que facilite voluntariamente información alimentaria deberá cumplir los siguientes requisitos:

- a) no inducir a error al consumidor

---

<sup>13</sup> <https://goo.gl/X12Vhi>

- b) no será ambigua ni confusa para los consumidores
- c) se basará en datos científicos, si procede

De ser así, la Comisión adoptará actos de ejecución sobre la aplicación de dichos requisitos a la información sobre la posible presencia no intencionada en el alimento de sustancias o productos que puedan causar alergias, a la información relativa a la adecuación de alimentos para veganos o vegetarianos y a la posibilidad de indicar ingestas de referencia para determinados grupos de población.

Finalmente, los estados miembros pueden adoptar medidas nacionales sobre las materias no específicamente reguladas por el Reglamento con la condición de que no prohíban, impidan o limiten la libre circulación de mercancías.

### **3.4. Disposiciones adicionales en materia de etiquetado e información alimentaria**

El Reglamento nº 1169/2011 ha beneficiado la armonización de las disposiciones en el ámbito europeo en materia de información al consumidor y etiquetado de productos alimentarios, seguridad alimentaria e información nutricional. Entró en vigor el 12 de diciembre de 2011 y sus disposiciones resultan aplicables desde el 13 de diciembre de 2014, a excepción de las disposiciones acerca de la información nutricional que fueron aplicables a partir del 13 de diciembre de 2016.

A nivel nacional, en España, su aplicación supuso una revisión de la normativa del Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de productos alimenticios. Y, en 2015, fue aprobado el Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información alimentaria de alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y de los envasados por los titulares del comercio al por menor, con el fin de mejorar la información que se ofrece a los consumidores.

El RD 126/2015 es aplicable a todos los operadores económicos de empresas alimentarias de todas las fases de la cadena alimentaria, si sus actividades afectan a la información alimentaria facilitada al consumidor. De igual modo, es aplicable a todos los alimentos destinados al consumo final, incluidos los destinados a colectividades, si



cumplen determinados requisitos tales como: que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades; que sean envasados en los lugares de venta a petición del comprador; que sean envasados por los titulares del comercio al por menos para su venta inmediata en el establecimiento de su propiedad; y, incluidos los supuestos anteriores, que se ofrezca para la venta mediante comunicación a distancia.

Dentro de la información obligatoria, se establece la obligación de que todas los establecimientos, supermercados, restaurantes, comedores escolares, bares, etc., que suministren alimentos faciliten información sobre los ingredientes alergénicos recogidos en el Anexo II del Reglamento nº 169/2011. Existen, por tanto, diferentes modalidades para facilitar la información con el objetivo de proteger a los consumidores:

- en etiquetas adheridas al alimento si ha sido envasado previamente
- en carteles colocados donde se vendan los alimentos o próximos a ellos siempre que la venta se efectúe con vendedor
- otros medios como menús, recetarios o incluso información oral, en este último caso, deben existir unos registros de los ingredientes que obligatoriamente deben estar presentes en el establecimiento, y ser accesibles para las autoridades

Una excepción a la obligación es que estos carteles no serán necesarios en aquellos locales en los que los consumidores no eligen su propia comida sino que se les suministra teniendo en cuenta sus alergias como por ejemplo las comidas de los hospitales y los comedores escolares.

En conclusión y con el objetivo de que estas pautas y normas sean aplicables por los consumidores la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición pone a disposición de los usuarios una guía<sup>14</sup> con recomendaciones para la comprensión de las informaciones nutricionales y propiedades que figuran en el etiquetado de los alimentos.

Los consumidores y usuarios pueden percibir los alimentos ofertados con declaraciones como productos que poseen una ventaja nutricional, fisiológica o en cualquier otro aspecto de la salud con respecto a productos similares u otros productos a los que no se han añadido estos nutrientes y otras sustancias. Esto puede alentar a los consumidores a

---

<sup>14</sup>[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/seguridad\\_alimentaria/declaraciones\\_nutricionales.pdf](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/seguridad_alimentaria/declaraciones_nutricionales.pdf)

tomar decisiones que influyan directamente en su ingesta total de nutrientes concretos o de otras sustancias de una manera que sea contraria a los conocimientos científicos.

La base científica debe ser el aspecto principal a tener en cuenta para el uso de declaraciones nutricionales y de propiedades saludables. Una declaración debe estar fundamentada científicamente mediante la toma en consideración de la totalidad de los datos científicos disponibles y la ponderación de las pruebas. No debe exponerse una declaración nutricional que sea incoherente con los principios en materia de nutrición y salud generalmente aceptados, o que fomente o apruebe el consumo excesivo de cualquier alimento o desacredite las buenas prácticas dietéticas.

En relación a lo anterior, la Sección Sexta del Jurado de la Publicidad de Autocontrol se pronunció con la Resolución de 29 de junio de 2007 acerca de una reclamación contra un anuncio publicitario. La publicidad afirmaba que el producto “...desarrollado para aliviar las piernas pesadas y cansadas. Mejora la circulación de forma natural. (...) El complemento ideal al Spray y al Gel, para mantener una buena salud circulatoria”. El hecho es que la empresa no acredita la presencia de los elementos en las lista de propiedades saludables autorizadas.

El Jurado aclaró que la exactitud de las alegaciones no es el único requisito para poder hacer una declaración de propiedades saludables, sino que conforme al Reglamento 1924/2006, además de basarse en pruebas científicas, debe contar con un previo dictamen de la autoridad científica competente en la materia (European Food Safety Authority) y una previa autorización de las correspondientes declaraciones por las autoridades comunitarias.

En esta línea y con el fin de garantizar el buen funcionamiento del mercado y un adecuado nivel de protección para los consumidores, el TJUE llega a la conclusión de que podrán hacerse declaraciones de propiedades saludables siempre y cuando se ajusten a lo establecido en las obligaciones de información previstas en el art. 10.2 del Reglamento nº 1924/2006.

Es importante que las declaraciones de los alimentos puedan ser comprendidas por el consumidor y es conveniente que todos los consumidores estén protegidos de las declaraciones engañosas.

## **4. PUBLICIDAD Y ALIMENTACION**

### **4.1. Ley General de Publicidad**

La publicidad juega un papel muy importante en el mercado. Por un lado permite dar a conocer a la empresa, por otro, permite diferenciar la empresa propia de otras empresas competidoras y, por último, permite promocionar la venta de productos. En España se regula por medio de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (LGP). La normativa comunitaria de alusión es la Directiva del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas en materia de publicidad.

Se entiende por publicidad “toda forma de comunicación realizada por una persona física, jurídica o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones” (art.2 LGP). En consecuencia, la publicidad debe dar a conocer el producto a los consumidores. A continuación, la LGP enumera los tipos de publicidad que considera prohibidos:

- 1) la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere valores y derechos reconocidos en el CE
- 2) la publicidad dirigida a menores que incite a la compra de bienes o servicios, o aquella en que aparezcan menores persuadiendo a sus padres de la compra de bien o servicios
- 3) la publicidad subliminal
- 4) la que infrinja la normativa sobre publicidad de determinados bienes, actividades o servicios
- 5) la publicidad engañosa, desleal o agresiva

La publicidad engañosa requiere una especial significación puesto que es la más común dentro de la práctica publicitaria en nuestro país. La publicidad debe ser fiel, es decir, el mensaje que transmite no debería cambiar el comportamiento de los consumidores, incitando al mismo a que tome una decisión que un principio no hubiera tomado de no haber sido influido por dicha publicidad. Así, se considera que publicidad engañosa aquella que: engloba expresiones que el consumidor pueda malinterpretar; utilice letra pequeña e ilegible, con la intención o no, que el consumidor no perciba o le confunda; y, omita datos importantes que puedan influir en el comportamiento del consumidor.

## **4.2. La publicidad alimentaria**

Puede entenderse por publicidad alimentaria aquella destinada a informar al consumidor sobre un producto alimentario a través de los distintos medios de comunicación con la finalidad de ejercer en ese consumidor una acción de compra y consumo.

La Ley 17/2011 de seguridad alimentaria y nutrición expone en los arts. 44 y siguientes que la publicidad de alimentos se regirá por la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el TRLGDCU, por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y por normas especiales que regulen la actividad en este sector. En todo caso, en la publicidad de alimentos (sin perjuicio de lo establecido en el Reglamento 1924/2006) estará prohibida:

- a) La aportación de testimonios de profesionales sanitarios o científicos, reales o ficticios, como medio de inducción al consumo, asó como la sugerencia de un aval sanitario o científico
- b) La promoción del consumo de alimentos con el fin de sustituir el régimen de alimentación o nutrición comunes, especialmente en los casos de maternidad, lactancia, infancia o tercera edad
- c) La referencia a su uso en centros sanitarios o a su disposición a través de oficinas de farmacia

Resulta necesario hacer referencia la publicidad alimentaria destinada a menores de quince años ya que el art. 46 de la citada ley dispone que: “las autoridades competentes promoverán la firma de acuerdos de correulación con los operadores económicos y los prestadores del servicio de comunicación comercial audiovisual, para el establecimiento de códigos de conducta, que regulen las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas, dirigidas a la población menor de quince años, con el fin de contribuir a prevenir la obesidad y promover hábitos saludables”.

En cuanto a las declaraciones nutricionales de los alimentos en la publicidad no deberán: ser falsas, ambiguas o engañosas; dar lugar a dudas sobre la seguridad y/o adecuación nutricional de otros alimentos; alentar el consumo excesivo de un alimento;

afirmar que una dieta variada y equilibrada es insuficiente para aportar las cantidades adecuadas de nutrientes; referirse a cambios en las funciones corporales que puedan generar miedo en el consumidor. En consecuencia, las condiciones generales para que esas declaraciones puedan ser usadas por la publicidad son: que se haya demostrado científicamente un efecto beneficioso derivado de la presencia o ausencia de la sustancia sobre la que se hace la declaración; que la sustancia sobre la que se hace la declaración esté presente en una cantidad significativa; que la sustancia esté ausente o se haya reducido en una cantidad suficiente para justificar el efecto beneficioso; que la sustancia objeto de la declaración se encuentre en una cantidad admisible por el organismo; y, que el consumidor medio pueda entender la declaración.

#### **4.3. Ejemplos de publicidad y declaraciones nutricionales**

Recientemente, la cadena de alimentación “Alcampo” ha sido el objeto de numerosas noticias en relación con una campaña de etiquetado denominada “La vida azul”. Dicho eslogan hacía referencia a productos procesados dirigidos a niños, entendiendo que eran saludables, concretamente “un movimiento que te ayuda a recuperar el control sobre tu salud”. Varios nutricionistas han denunciado los hechos e incluso lo han publicado en redes sociales con el objetivo de concienciar a la población<sup>15</sup>. La respuesta de la cadena ha sido aclarar que ésta campaña de etiquetado se refiere a productos que no contienen aceite de palma u organismos genéticamente modificados. Es llamativo el hecho de que, por ejemplo, el sello azul lo encontremos en yogures naturales con topping de chocolate y no en yogures naturales sin azúcar. Pero es aquí donde los consumidores debemos preguntarnos si podría tratarse de una publicidad engañosa puesto que puede influir en el comportamiento.

Por las dimensiones alcanzadas la empresa decidió responder diciendo que: “la Selección Azul se ha hecho a partir de una cesta tipo, a través de la suma de cestas de nuestros clientes... y se ha analizado el listado de productos de alimentación que formaban la cesta habitual, que no está solo compuesta por frutas, verduras y productos frescos. La compañía analizó cuáles son los alimentos menos perjudiciales dentro de los

---

<sup>15</sup><https://www.youtube.com/watch?v=rE3LFsNLjQY>

<https://goo.gl/hNyrHs>

<https://goo.gl/miYV28>

ultraprocesados, que también entran en esa cesta de la compra”, y “para saberlo se ha utilizado un algoritmo que realiza una evaluación objetiva de las etiquetas de los alimentos. Clasifica las características nutricionales de esos productos, en función de la presencia de algunos macronutrientes”.

Entra aquí en juego el grupo de presión alimentario, es decir, se podrían haber destacado productos que interesa vender en lugar de otros.

Otro punto controvertido ha sido el de las máquinas de “vending” situadas en colegios, universidades y hospitales. Han sido criticadas por la por el escaso valor nutricional de los productos (chocolates, aperitivos fritos, sándwiches y bebidas carbonatadas) que en ella se ponen a distribución de los usuarios. A raíz de las críticas, en muchas de ellas se han venido incorporando alternativas más saludables como botellas de agua y fruta<sup>16</sup>.

También podemos destacar los llamados “alimentos light”, que en muchas ocasiones confunden al consumidor creando una idea equivocada que difiere de la verdadera información nutricional del alimento. El Reglamento (CE) nº 1924/2006, manifiesta que “las declaraciones en las que se afirme que un producto es «light» o «lite» (ligero), y cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, deberán cumplir las mismas condiciones que las establecidas para el término «contenido reducido»; asimismo, la declaración deberá estar acompañada por una indicación de la característica o características que hacen que el alimento sea «light» o «lite» (ligero)”. Solamente podrá declararse que se ha reducido el contenido de uno o más nutrientes, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si la reducción del contenido es de, como mínimo, el 30 % en comparación con un producto similar. Esto es, el hecho de que un alimento sea light quiere decir que se ha reducido y no eliminado su contenido en calorías, grasas, azúcares, etc., en un 30% como mínimo de la versión de referencia del alimento.

El problema está en que en la mayoría de supermercados encontramos alimentos con declaraciones donde aparece la palabra light pero si nos fijamos bien la reducción calórica real no llega a ser como mínimo del 30% menos respecto del alimento original. La práctica habitual es reducir la ración de venta al público con el fin de confundir al consumidor puesto que a simple vista vemos que tiene menos calorías que la versión

---

<sup>16</sup> ANEDA, <https://www.youtube.com/watch?v=UNaYuAPmN0>

original pero realmente tiene las mismas. Una solución a éste problema podría ser que el alimento calificado como light llevase su etiqueta propia y la etiqueta del alimento de referencia dando así la posibilidad al consumidor de comparar y decidir.

Cabe resaltar, en ésta línea, la publicidad de los zumos de frutas. El 12 de octubre de 2013 se publicó en el BOE el Real Decreto 781/2013, de 11 de octubre, por el que se establecen normas relativas a la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana<sup>17</sup>. El principal objetivo es adaptar las normas sobre la elaboración, composición y etiquetado de los zumos de frutas al desarrollo técnico y para ello establece una serie de novedades como: la prohibición de la adición de azúcares a los zumos; las mezclas de zumos se denominarán en orden decreciente según la cantidad de cada producto que contengan; se aclara la definición de fruta con la posibilidad de utilizar fruta sometida a tratamientos para la elaboración de los zumos; se sustituye la denominación “zumo a base de concentrado” por “zumo a partir de concentrado”; se autoriza la introducción voluntaria de aromas siempre que procedan de la misma especie de fruta; la autorización del proceso de difusión para la obtención de zumos concentrados en frutas deshidratadas; y, se legaliza el zumo de tomate reconociendo a éste como fruta.

Por lo que respecta a su publicidad, estamos acostumbrados a ver como grandes marcas promocionan sus productos incluyendo en el envase fotografías o dibujos de frutas, lo que lleva a pensar que se trata de zumos, y más aún cuando lo definen como sano, nutritivo o 100% natural. Si nos fijamos en el etiquetado el porcentaje de frutas resulta mínimo y, aunque desde ASOZUMOS se defiende que estos productos no son considerados zumos en base a la normativa, lo cierto es que no se aclara lo que en realidad son, es decir, bebidas que incorporan pequeñas cantidades de fruta. Una vez más, el consumidor se encuentra en una posición vulnerable frente a la publicidad masiva de las grandes marcas.

---

<sup>17</sup> Real Decreto 781/2013, de 11 de octubre, que sustituye al Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria de zumos de frutas y de otros productos similares, destinados a la alimentación humana, que transpuso la Directiva 2001/112/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001, relativa a los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana.

## 5. CONCLUSIONES

**PRIMERA.** El derecho a la información juega un papel clave en las relaciones de consumo puesto que es el principal instrumento con el que cuentan los consumidores para hacer frente a las acciones del mercado. Los consumidores y usuarios tienen derecho a obtener una información objetiva, cierta, comprensible y suficiente de todos los bienes y servicios puestos a su alcance para permitirles realizar una elección basada en criterios coherencia y sensatez.

**SEGUNDA.** La información en el sector de la alimentación es un gran desafío porque lo cierto es que conocemos muy poco acerca de lo que comemos. La cuestión de fondo podría estar en que muchas veces se anteponen los beneficios de las grandes empresas sobre las necesidades de la mayoría de la población.

**TERCERA.** La información nutricional obligatoria, regulada en el Reglamento nº 1169/2011, facilita al consumidor la tarea puesto que expone un patrón de cómo debe ser presentada dicha información. Tendrá que ser una información visible, clara, legible e indeleble, presentada en formato de tabla y con una letra igual o superior a 1,2 mm, y debe mostrar valores en gramos o mililitros en función de la porción o unidad.

**CUARTA.** La publicidad alimentaria se ha convertido en uno de los factores que cambian las pautas de alimentación en la población, y es que la mayoría de cadenas televisivas visionan anuncios de alimentos y bebidas con baja calidad nutricional, además de contener altos índices de grasas, sal y azúcares. El 82% de los anuncios de alimentación destinados a niños muestran productos con un contenido no saludable y es que se habla de que hasta un tercio de los niños con sobrepeso no lo serían de no ser expuestos a ésta publicidad alimentaria. Las grandes empresas afirman que los consumidores eligen libremente lo que consumen pero cada vez son más los estudios que aseguran que la población consume influida por factores ajenos a su control, como la distribución en masa, los precios baratos y la publicidad invasiva.

**QUINTA.** Los medios de comunicación se han hecho eco de que en los últimos 30 años los índices de sobrepeso y obesidad en España se han elevado, siendo la población más joven la que sufre los efectos. Para frenar la tendencia y mejorar la salud de la población, el Ministerio de Sanidad ha lanzado el “Plan de Colaboración para la Mejora



de la Composición de los Alimentos y Bebidas y otras medidas 2017-2020”. El objetivo principal es que las empresas se comprometan a reducir las cantidades de azúcares, sal y grasas de los productos con la idea de llevar al mercado productos más sanos. El problema a mi juicio, no está en que los productos que se ofrezcan sean más sanos sino en fomentar el consumo de productos realmente sanos, que se pongan en marcha estrategias para incentivar a la población al consumo de productos que no hayan sufrido transformaciones en su elaboración.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### I. MONOGRAFÍAS, ARTICULOS DE REVISTA Y OTRAS OBRAS

AECOSAN, *Estrategia para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad*, 2005.

AECOSAN, *Guía de aplicación de las exigencias de información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador y de los envasados por los titulares del comercio al por menor*, 2005.

AECOSAN, *Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2017-2020*, Madrid, 2018.

ANTENTAS, JM. Y VIVAS, E, “Impacto de la crisis en el derecho a una alimentación sana y saludable. Informe SESPAS 2014”, *Gaceta Sanitaria*, 2014.

BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R, *Comentario del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias*, Aranzadi, Navarra, 2009.

CARRETERO GARCIA, A, “Cuatro interpretaciones diferentes del mismo eslogan publicitario sobre declaraciones nutricionales y propiedades saludables en los alimentos. Nota a la STJUE de 10 de abril de 2014”, *Notas jurisprudenciales, Centro de Estudios de Consumo*, 2014

FACUA, *Etiquetado Alimentario*, Programa de Información a los Consumidores, 2015

FAO, *Directrices Voluntarias en apoyo de la realización progresiva del derecho a una alimentación adecuada en el contexto de la seguridad alimentaria nacional*, 2005.

FAO, *El Derecho a la Alimentación Adecuada*, Folleto informativo N° 34

GARCIA VIDAL, A, “Declaraciones de propiedades saludables en los alimentos: necesidad de que la declaración esté autorizada, pese a que pueda ser científicamente cierta”, *Publicaciones Jurídicas, Centro de Estudios de Consumo*, 2018

PICATOSTE BOBILLO, J, “El derecho de información en la contratación con consumidores”, *Actualidad civil* N°4, 2011.

PIPAÓN PULIDO, JG, *Derecho de los Consumidores y Usuarios*, Lex Nova, Valladolid, 2010, p. 21.

## **II. PAGINAS WEB**

<http://realfooding.com/engano-la-moderacion/>

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PLAN\\_COLABORACION\\_2017-2020.pdf](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PLAN_COLABORACION_2017-2020.pdf)

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia\\_naos.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm)

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad\\_alimentaria/subseccion/legislacion\\_seguridad\\_alimentaria.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subseccion/legislacion_seguridad_alimentaria.htm)

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/consumo/aecosan\\_consumo.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/consumo/aecosan_consumo.htm)

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/nutricion/aecosan\\_nutricion.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/nutricion/aecosan_nutricion.htm)

[http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/seguridad\\_alimentaria/aecosan\\_seguridad\\_alimentaria.htm](http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/subhomes/seguridad_alimentaria/aecosan_seguridad_alimentaria.htm)

[https://elpais.com/elpais/2017/09/05/planeta\\_futuro/1504624883\\_402058.html?rel=mas](https://elpais.com/elpais/2017/09/05/planeta_futuro/1504624883_402058.html?rel=mas)

[https://elpais.com/elpais/2018/01/25/mamas\\_papas/1516867500\\_454092.html](https://elpais.com/elpais/2018/01/25/mamas_papas/1516867500_454092.html)

[https://www.vitonica.com/alimentos/menos-grasas-y-azucares-en-los-ultraprocesados-las-medidas-del-nuevo-plan-de-sanidad-e-industria-para-luchar-contrala-obesidad?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+Vitonica+%28Vitonica%29](https://www.vitonica.com/alimentos/menos-grasas-y-azucares-en-los-ultraprocesados-las-medidas-del-nuevo-plan-de-sanidad-e-industria-para-luchar-contrala-obesidad?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Vitonica+%28Vitonica%29)

## **III. LEGISLACION**

Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición

Ley 34/2988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y de los envasados por los titulares del comercio al por menor

Reglamento (CE) N° 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos

Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre

Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre